



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) mempunyai dua suku kata yaitu Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Istilah Baitul Mal berasal dari kata *bait* dan *al mal* bait artinya bangunan atau rumah, sedangkan *al mal* harta benda atau kekayaan. Jadi *baitul mal* secara harfiah seperti rumah harta atau kekayaan baik yang berkenaan soal pemasukan dan pengolahan, mau pun berhubungan dengan masalah pengeluaran dan lain-lain *Baitul tamwil* berarti rumah penyimpanan harta milik pribadi yang dikelola oleh suatu lembaga. apabila dilihat dari segi peristilahan BMT adalah sekelompok orang yang menyatukan diri untuk saling membantu dan bekerja sama membangun sumber pelayanan keuangan guna mendorong dan mengembangkan usaha produktif dan meningkatkan taraf hidup para anggota dan keluarganya.¹

Pada akhirnya diharapkan akan menimbulkan mamfaat berupa meningkatkan kesejahteraan para anggotanya, mengembangkan sikap hidup hemat, ekonomis, dan berpandangan kedepan memberikan pelayanan bagi modal pada nasabah melatih diri berpikir dan bermusyawarah belajar memimpin dan mengembangkan tanggung jawab, mengembangkan sikap dan kebiasaan menabung.²

¹ Suhrawardi k. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* Jakarta, 2012 Sinar Grafika, h.123

² *Ibid*, h.124

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BMT bersifat terbuka, independen tidak paratisan, berorientasi pada pengembangan tabungan dan pembiayaan untuk mendukung bisnis ekonomi yang produktif bagi anggota dan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar terutama usaha mikro dan fakir miskin.

Peranan umum BMT adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan prinsip-prinsip yaitu syari'ah. BMT adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkan kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil, dalam rangka mengangkat harkat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin. BMT adalah lembaga keuangan mikro Syari'ah ditumbuhkan oleh prakarsa dan dengan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat sebagai landasan system ekonomi yang Salam, keselamatan (berintikan keadilan), kedamaian dan kesejahteraan.³

BMT merupakan lembaga solidaritas sekaligus lembaga ekonomi rakyat kecil untuk bersaing dipasar bebas. BMT berupaya mengkombinasikan unsur-unsur iman, taqwa, uang, materi secara optimum sehingga diperoleh efesiensi dan produktifitas dengan demikian membantu para anggotanya untuk bersaing secara efektif. Semakin besar nilai tambah yang dapat diciptakan semakin besar pula dana yang dapat disalurkan kepada pihak-pihak yang deficit sehingga kemiskinan disekitar lokasi BMT akan cepat teratasi.⁴

Maka kompetensi pada perbankan syariah akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias

³Zulkifli Rusby. 2014. *Pedoman Pendiri. BMT*

⁴Muhammad.2002. *Kebijakan Fiskal dan Moneter dalam Ekonomi Islam*. Bandung: Salemba, h. 4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang bank syariah, disamping faktor penyebab lainnya bank syari'ah berusaha agar dapat menarik minat nasabah dengan produk-produk yang dimiliki oleh bank. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.⁵

Dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli seperti yang dikutip di atas, dapat disimpulkan bahwa, minat adalah kecenderungan seseorang terhadap obyek atau sesuatu kegiatan yang digemari yang disertai dengan perasaan senang, adanya perhatian, dan keaktifan berbuat. Dalam hal ini adalah kecendrungan masyarakat untuk bergabung sebagai nasabah di BMT. Oleh sebab itu faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dari nasabah untuk menggunakan jasa BMT, sangat penting diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Dan bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syari'ah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa layanan perbankan adalah konsumsi, pendapatan, produk, atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi. merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk atau jasa yang

⁵Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka. 2002, h. 583

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dihasilkan BMT, tanpa promosi jangan diharapkan masyarakat dapat mengenal dan mengetahui BMT apalagi produk-produknya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.⁶

Promosi merupakan bagian yang ditujukan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat mengenal akan produk yang ditawarkan oleh pihak yang bersangkutan. Banyak orang yang menganggap penjualan dan pemasaran sebagai dua istilah yang mempunyai arti sama, sedangkan yang sebenarnya penjualan hanyalah salah satu komponen dari pemasaran. Kita menganggap penjualan dan promosi sebagai istilah yang sama artinya akan tetapi lebih menyukai istilah promosi dalam definisi kita promosi meliputi periklanan, penjualan personal dan lain cara penjualan. Cara-cara itu bersama-sama merupakan faktor dasar dalam bauran pemasaran. Pada dasarnya promosi merupakan usaha dalam bidang informasi, himbauan (persuasion= bujukan) dan komunikasi. Ketiga bidang ini saling berhubungan sebab memberi informasi adalah himbauan dan sebaliknya seorang yang dihimbau juga diberikan informasi, dan himbaun dan informasi akan menjadi efektif dengan dikomunikasikannya pada penerima.⁷

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya kegiatan diatas, baik produk, harga, dan lokasi, dalam kegiatan ini setiap usaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung mau pun tidak

⁶M. Nur Rianto Al-Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syri'ah*. Bandung : Alfabeta. 2010. h.169

⁷ William J. Stanton. *Prinsip pemasaran*. Erlangga, 1996, h.138

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

langsung. tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru, kemudian juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra dimata para nasabahnya. Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya, pertama (periklanan), promosi dalam bentuk gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur. melalui promosi (penjualan), merupakan promosi untuk meningkatkan penjualan, komunikasi memberikan informasi menarik perhatian nasabah, insentif yaitu memberi dorongan semangat kepada nasabah (publisitas) merupakan promosi meningkatkan citra bank didepan calon nasabah, dan penjualan (pribadi). Merupakan promosi melalui pribadi-pribadi karyawan BMT dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.⁸

Maka dari itu upaya pengembangan BMT tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (nasabah) lembaga perbankan. Dengan demikian hal tersebut mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank syariah. Tugas penting yang harus dilakukan oleh pengelola BMT adalah meningkatkan

⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta, 2008 Prenada Grub, h.156

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosialisasi sistem BMT melalui media masa yang efektif, sehingga pengetahuan masyarakat mengenali BMT tidak hanya terbatas pada BMT yang menggunakan sistem bagi hasil tetapi pengetahuan nasabah dalam mempertimbangkan keputusan untuk menabung. Ketika nasabah memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi serta mampu memberikan informasi dengan lebih baik.⁹

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk menarik minat masyarakat bergabung dengan BMT, mempromosikan jasa layanan perbankan adalah konsumsi, pendapatan, produk, atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi. tidak cukup pada aspek legal dan peraturan perundang-undangan saja, akan tetapi dibutuhkan promosi dalam menarik minat masyarakat untuk bergabung sebagai nasabah.

Walaupun promosi bukan satu-satunya cara untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah, tetapi cukup punya andil dalam mempengaruhi pencapaian target yang diinginkan. Untuk itu promosi harus dilaksanakan dengan cara serta media yang tepat, dan sesuai sehingga promosi menjadi efektif dan diharapkan dapat mencapai sasaran dalam upaya meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah.

Oleh sebab itu, berdasarkan studi pendahuluan yang penulis lakukan diperoleh informasi bahwa mereka telah melakukan berbagai bentuk promosi diantaranya menyebarkan brosur kepada masyarakat sekitar, mengadakan

⁹*Ibid* h.138

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

pertemuan dengan masyarakat guna mempromosikan produk BMT. Akan tetapi dijumpai masalah seperti:

1. Masyarakat tidak berminat untuk bermuamalah ke BMT Sakinah
2. Sebagian masyarakat tidak mengetahui produk-produk BMT Sakinah.¹⁰

Berdasarkan gejala diatas, penulis tertarik untuk melakukan dengan judul: “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru”

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimanakah pengaruh promosi yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada identifikasi masalah di atas, maka dapat ditetapkan masalah pokok dalam penelitian ini ialah:

Apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru?

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

E. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini merupakan salah satu usaha untuk memperdalam dan memperluas ilmu pengetahuan penulis.

¹⁰ Zulkifli Ruzby. (Pimpinan BMT), Wawancara, 30 November 2015.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman, terutama bagi masyarakat tentang BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.
3. Sebagai bahan penelitian lebih lanjut bagi pihak yang terkait, dimasa mendatang.

F. Hipotesis

Dari permasalahan dan landasan teori yang penulis jabarkan, maka penulis mencoba memberikan hipotesis sebagai berikut :

Ha: Ada Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

Ho: Tidak ada pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

G. Metode Penelitian

Jadi metode ini merupakan langkah- langkah dan cara yang sistematis yang akan ditempuh oleh seseorang dalam suatu penelitian dari awal hingga pengambilan kesimpulan. Metode penelitian ini diharapkan akan diperoleh gambaran yang menyeluruh dan sistematis tentang fakta yang berhubungan dengan permasalahan tentang pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Setelah gambaran dan fakta- fakta itu diperoleh kemudian akan dianalisa secara kuantitatif.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah Pimpinan, Karyawan BMT dan Nasabah. Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah kelompok subjek yang hendak dikenali generalisasi hasil penelitian, kemudian sampel adalah bagian dari populasi.¹¹ Maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Karyawan BMT sakinah dan Nasabah di BMT Sakinah kelurahan Gading Marpoyan Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru yang berjumlah 53 orang.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu Quota Sampling bertujuan untuk mengambil sampel sebanyak jumlah tertentu yang dianggap dapat merefleksikan Ciri populasi.¹² Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah 7 orang karyawan BMT sakinah dan 46 orang nasabah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Angket

¹¹Saifuddin Azwar. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Pustaka Pelajar, h. 77-79

¹²*Ibid*, h.88

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Angket adalah kumpulan pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada responden dan cara menjawabnya dengan cara tertulis.¹³ Angket merupakan pemberian pertanyaan tertulis kepada responden. Angket ini bertujuan untuk memperoleh data mengenai pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Semua pernyataan dalam angket atau kuesioner tersebut disajikan dalam bentuk skala likert. Adapun pilihan jawaban seperti berikut ini:

- a. Sangat sering (SS) diberi skor 5
- b. Sering (S) diberi skor 4
- c. Jarang (JR) diberi skor 2
- d. Tidak pernah (TP) diberi skor 1.¹⁴

b. Observasi

Ialah salah satu teknik pengumpulan data dimana peneliti langsung mencari data ditempat objek peneliti berada untuk mendapatkan informasi yang jelas dan sebenarnya secara langsung. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan data awal sebelum penelitian dilakukan.

c. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab.¹⁵ Wawancara adalah pengumpulan data melalui proses dialog atau tanya jawab secara langsung kepada subjek

¹³Rizal Dairi, *Metodologi Penelitian Berbasis Kompetensi*. (Pekanbaru: UIR Press. 2012), h. 65

¹⁴ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. (Jakarta: Rajawali Pers. 2003), h. 196

¹⁵Sudarman.Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia. 2002), h.130

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

penelitian tentang pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

d. Studi Pustaka

Yaitu penulis dengan memilih buku-buku pokok yang berkaitan dengan masalah sebagai bahan referensi.

e. Dokumentasi

Yaitu dilakukan dengan cara mendokumentasikan pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

5. Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa *t-test Seperated Varians*. Penggunaan teknik non parametrik yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua *sampel independent* dengan menggunakan bantuan system komputerisasi melalui program SPSS 16.0 for windows.¹⁶

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti Cara yang digunakan adalah dengan analisa Item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan total nilai seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan

¹⁶ Duwi Priyanto. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media kom. 2010, h.9

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan rumus korelasi *product moment*". Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai r hitung $>$ dari nilai r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Untuk uji reliabilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih".

c. Regresi Linier Sederhana

Untuk melihat pengaruh antara dua variabel bebas dan satu variabel terikat yang ada, dan menggunakan bantuan system komputerisasi melalui program SPSS 16.0 for windows.¹⁷

d. Uji (uji t)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel, baik variabel bebas terhadap variabel terikat tersebut yang signifikan secara statistik. Menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Adapun langkah-langkah analisis uji parsial adalah sebagai berikut: Apabila : $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, ini berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel x dan y. Dengan menggunakan bantuan system komputerisasi melalui program SPSS 16.0 for windows.¹⁸

¹⁷ *Ibid.* h. 121

¹⁸ *Ibid.* h. 118

H. Sistematika Penulisan

Berdasarkan pembahasan penelitian diatas maka sistematika penulisan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN:

Pada bab ini dimuat tentang Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Hipotesis, Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Analisis dan Sistematika Penulisan

BAB II GAMBARAN UMUM BMT

Pada bab ini memuat gambaran umum BMT, Visi-misi BMT, Tujuan dan produk-produk, Stuktur Organisasi,

BAB III LANDASAN TEORI:

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori mengenai pengertian promosi dan Bauran Promosi, Sumber-sumber Hukum Promosi, Sistem Promosi dalam Islam, Pengertian Minat Nasabah, yang meliputi ciri-ciri minat, faktor-faktor yang Mempengaruhi minat Nasabah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang, Sistem Promosi BMT Sakinah, Tentang Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada BMT Sakinah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

BAB V PENUTUP:

Dalam bab ini disajikan kesimpulan dari hasil analisis data yang dilakukan penulis dan saran-saran yang perlu disampaikan.